

IMPETU

Año 2, n. 2, octubre 1934

Contenido:

- Faltan estadísticas
- Grandeza y poderío de la publicidad, por el S. Roberto E. Noé
- ¿Hace usted lo mismo para fijar su presupuesto de propaganda?, por Sr. Arthur C. Farlow, codirector de la Walter Thompson Argentina
- Tabla: 18 meses de publicidad en las más importantes revistas del país
- Los Buenos Avisos: Gath & Chaves, Swift, Casa América, Firestone, yerba Flor de Lis, Cubana Brandy
- Don Yo, por el sr. Arturo A. Piñeiro de la Agencia de Publicidad Berg y Cía. Ltda
- Comentarios, por el Sr. Asai Cidem
- ¿Por qué compran sus clientes?
- Suma y Sigue... Escena única (Epidemia de los plagios en la publicidad Chevrolet-Cleveland)
- Breves disquisiciones sobre la propaganda: 3. Acelerando la circulación del dinero
- Desarrollo de los procedimientos de impresión desde Gutenberg a nuestros días
- La técnica del esquema en el aviso: Ubicación del producto o envase. Parte 4
- Pinceladas gráficas sobre EE. UU.
- Acaban de aparecer. Acaban de aparecer. En esta sección comentaremos todo aquello que con fines de propaganda pongan en circulación las entidades comerciales, industriales y publicitarias: folletos, prospectos, afiches, carteles, revista internas, etc.